

## 媒介融合背景下的传统手工艺再设计

王海鹏, 郑林欣

(浙江科技学院, 杭州 310023)

**摘要:** **目的** 媒介整合背景下信息传播方式已经发生巨大变化, 但目前我国大部分传统手工艺无法适应新的传播方式, 依然沿袭着口传心授的单线性传播形式, 致使传播受阻, 传承与发展陷入困境。重点探索当前媒介融合背景下传统手工艺再设计的方法, 使之可以较好地适应并利用新型传播方式进行广泛而精确的传播, 以此摆脱困境。**方法** 解析传统手工艺的传播方式、内容与新型传播模式不相匹配之处, 针对痛点, 从工艺流程、器物功能、外观形式等方面, 探讨传统手工艺再设计的具体思路及方法。**结论** 媒介融合改变了传统手工艺设计的分析思路, 传统手工艺在设计时必须充分考虑新媒介、新受众的特点, 针对性地加以创新型再设计, 使传统手工艺适合当下的传播形式, 符合人们的审美及生活需求, 才能获得最佳的传播与传承效果。

**关键词:** 媒介融合; 传统手工艺; 再设计; 传播效果

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)08-0261-05

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.08.042

### Traditional Handcraft Redesign under the Background of Media Mergence

WANG Hai-peng, ZHENG Lin-xin

(Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou 310023, China)

**ABSTRACT:** The way of information transmission has changed greatly in the context of media mergence. But most of traditional handcrafts fail to adapt to the new transmission mode. As a result, the communication is blocked. They still follow the old oral way to instruct apprentice, and getting the inheritance and development into trouble. This paper aims to explore the methods of redesigning traditional handcraft under the background of media mergence, to aid traditional handcraft adapting and taking advantage of new transmission mode so that to spread it widely and accurately, finally get rid of the dilemma of inheriting and developing. The differences of transmission mode between traditional handcraft and the new media were analyzed, and then the specific ideas and methods of redesigning the traditional handcraft were discussed from the aspects of technological process, functionality and appearance. Media mergence has changed the design thinking of traditional handcraft. To obtain the optimum communicating and inheriting effect, the characteristics of new media and new audiences should be taken into consideration when redesigning the traditional handcraft.

**KEY WORDS:** media mergence; traditional handcraft; redesign; communicating effect

在信息技术高度发展的今天, 报纸、杂志、电视、广播、网络等各个媒介齐头并进, 互放异彩, 每时每刻都在为人们传递着各类信息。尤其是以互联网为基础的移动终端的出现, 为信息传播带来了巨大变化, 它综合了文字、图像、影音等信息感知通道, 实现了信息的立体化、多元化以及裂变式、指数级传播。媒

介融合正以不可阻挡之势渗透生活的方方面面, 改变着人们接收信息、感知信息的状态和方式。它的兴起不仅是新媒体、新技术广泛应用的结果, 更多的是优化整合诸多传播媒介, 在达到传播范围最大化的基础上, 实现快速、精准、有效的传播。

按照传播学理论中格伯纳传播总模式的观点, 传

收稿日期: 2018-10-12

作者简介: 王海鹏(1981—), 女, 山东人, 浙江科技学院硕士生, 主攻民艺研究与再设计。

通信作者: 郑林欣(1980—), 男, 福建人, 博士, 浙江科技学院教授, 主要研究方向为文化构成设计、产品设计。

播内容与传播形式必须相匹配。信息化社会,传播形式已经发生革命性巨变,因此,传播的内容即信息也必需按照传播形式、传播技术做出相应的改变。对于传统手工艺而言,这方面的需求尤其迫切。目前,大部分传统手工艺仍沿用着口传心授、以师带徒的传统传播方式,没有充分利用现代传播技术,从而在一定程度上阻碍了传统手工艺的传承与发展。究其原因,一方面是由于大部分传统手工艺人年龄较大,观念保守,不会也不敢接触互联网络;另一方面则是大多数传统手工艺的信息内容,如制作流程、造型功能等不适合当下的传播形制及需求。

2017年,我国制定出台了《中国传统工艺振兴计划》,其总体目标中明确提出,要“发掘和运用传统工艺所包含的文化元素和工艺理念,丰富传统工艺的题材和产品品种,提升设计与制作水平,提高产品品质”,“使传统工艺在现代生活中得到新的广泛应用,更好满足人民群众消费升级的需要”,同时,将“通过网络平台推介传统工艺产品”作为主要任务之一,因此,为实现“到2020年,传统工艺的传承和再创造能力、行业管理水平和市场竞争力、从业者收入以及对城乡就业的促进作用得到明显提升”这一总目标,必需借助新技术、新手段,针对媒介融合及各传播渠道的特点,对传统手工艺进行再设计,使其适合当下的传播形式,符合人们的审美及生活需求,然后整合报刊、电视、网络等多媒介平台,协同合作,优势互补,建立横跨多平台的媒介协作体系,全方位传播传统手工艺,增大其传播广度及深度,以此化解传统手工艺传承及发展的困境。

## 1 媒介融合概念及优势

媒介融合一词最早是由美国传播学者伊契尔·索勒·普尔引入到传播领域,他在1983年提出,媒介融合,就是各种媒介呈现出多功能一体化的发展趋势<sup>[1]</sup>。囿于时代发展,普尔关于媒介融合的这一构想更偏向于将电视、报刊等传统媒介融合在一起。后来,美国新闻学会媒介研究中心主任安德鲁·纳齐森将媒介融合界定为印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟<sup>[2]</sup>。

在国内,学者们也对这一概念给出了各自不同的看法及定义,但由于时代环境、研究视角、研究层次等多方面的差异,不同研究者对媒介融合概念的表述也不尽相同,因此,目前学界对于媒介融合的定义仍然莫衷一是。本文在此只取其最通行的意义,即对传统媒介、新媒介等现存的各类媒介加以整合、联合,以实现信息传播效果最大化的新的媒介表现形式和操作方式。

较之传统媒介各自独立、自成一体、无法融合的传播格局和媒介形态,媒介融合体现出它的诸多优点。首先,媒介融合背景下各媒介形态相互融合,各

自发挥特长,充分运用新技术、多媒介手段,对信息进行多层次、多角度的裂变式传播。其次,媒介融合可以借助图像、文字、视频等多样化的传播手段,利用报纸、广播、电视、网络,形成多样性、立体化的全方位传播。第三,媒介融合丰富了信息内容的生产及呈现方式,可以较好地满足不同受众的需求。不同媒介形式的内容表现方式不同,深刻的文字信息、生动的画面信息、迅捷的网络信息、亲和的社交信息默契配合,改变了以往信息内容生产方式的单一性,提高了生产效率,增强了传播效果。

## 2 媒介融合传播过程中的传统手工艺再设计

媒介融合不仅对媒介的传播形式、内容产生了影响,它对于受众品位喜好、审美情趣甚至生活方式等都产生了较大的影响。在此背景下,传统手工艺若想取得较好的传播效果,实现传承、发展的良性循环,就必须适应人们当下的物质、精神需求,符合大众的审美观念,适应媒介融合的传播方式,这就需要秉承“从传统中来,到现代中去”的设计理念,用互联网思维对传统手工艺进行现代化改造,在继承传统的基础之上进行再设计。日本著名设计师佐藤大认为“再设计”就是从旧的事物当中,提炼出核心的价值并运用到新的设计中,并以这种新的设计,吸引新的消费群体。“感觉似曾相识,但从未存在过”,这就是“再设计”的魅力所在<sup>[3]</sup>。

### 2.1 工艺流程创新设计

媒介融合背景下传统手工艺工艺流程的创新设计可以从以下两个方面着手。

一是工艺碎片化,使之与媒介融合传播方式相适应。传统手工艺大多数都有着较为繁杂的流程,工艺周期长,工序细琐复杂;另外,媒介融合背景下终端场景呈现出多样化态势,终端场景的多样化带来传播环境的碎片化<sup>[4]</sup>,信息内容亦碎片化,这一点在微博、微信、微视频上表现得尤为突出。加之公众阅读习惯、阅读时间的零散性,决定了“三微”平台不适合体系化、大容量的信息的传播,因此,传统手工艺若想运用新媒体进行传播,必需对其繁杂的工艺加以现代化调整,以适应新的传播媒介,成功建立新的传播关系。以浙江乌镇竹编传承人钱利淮为例,他把复杂的竹编工艺进行科学拆解,创新性地对工艺再设计,制作成十多分钟的小视频,或是以生动的图文来展示制作步骤,然后再利用微信公众号、私人微信号以及微博号等进行发布,取得了较好的传播效果,很多大学生以及传统手工艺爱好者都成了他的铁杆粉丝,他也多次被邀请到北京、天津、上海等地开办竹编兴趣课堂。

二是部件模块化,降低学习难度,增强大众参与感。奇虎360公司董事长周鸿祎在其自述著作《我的

互联网方法论》中讲到，产品创新要以3个法则为条件：大众阶层的需要、参与感的营造和全程用户体验至上<sup>[5]</sup>。“参与感的营造”这一法则，对于媒介融合下传统手工艺再设计有很大的启发作用。传统手工艺的工艺流程繁杂，有的技艺甚至需要用几年的时间才能掌握，这令很多人望而却步，也在很大程度上限制了技艺的传播广度，造成了大多数传统手工艺无人学、无人知的尴尬局面，因此，传统手工艺再设计可以按照“化繁为简”的原则，对工艺进行再凝炼，在传播时，把一些费时劳力、趣味性较低的环节，如原材料加工、准备工作等去掉，只把最精华的环节进行呈现；与此同时，对原材料进行批量加工，尽可能实现手工艺品部件的模块化、批量化生产。大众运用这些部件，辅以简单的制作技艺，便可以相对轻松地完成一件手工艺品，这不仅能增加他们的成就感，而且大大提高了学习兴趣，有利于传统手工艺的广泛传播。

## 2.2 器物功能创新设计

从传统的器具创制到现代的产品设计，造物都是围绕着便利人的活动和基本需求而展开的<sup>[6]</sup>。媒介融合背景下，传统手工艺要想取得较为理想的传播效果，对传统器物功能进行创新性设计，是必不可少的一个方面。中国传统器物多产生并服务于农耕社会，而今社会已进入后工业时代，社会土壤发生改变，很多传统器物功能已经不适合当下人们的生活需求，这也是传统手工艺不能广泛传播，传统手工艺品被人们淘汰的主要原因之一。传统手工艺若想再获得人们的青睐，其功能必须按照当下社会环境进行重新分解与组合，以“实用+创意”为目标，从功能的实用性、使用的便捷性、设计的巧妙性上加以创新，使具有旧日温暖情怀的传统手工艺器形与现代产品功能相结合，既保留传统手工艺的艺术魅力、文化内涵，又适应当下人们的生活需求。

如榫卯工艺，它本是应用在中国传统建筑及家具上的一个部件，是中国传统木作手工艺的一部分，对其进行功能再设计时，可以先对榫卯结构形态进行提炼、简化、重组、整合、转化、借用等艺术的加工<sup>[7]</sup>，再借助榫卯元素的造型、结构、寓意等与现代产品或者想要设计的产品属性相结合，寻找共同点，然后进行整合设计，延伸设计为榫卯灯具、榫卯花瓶、榫卯饰品。例如和合心锁吊坠（和合文创出品）见图1，赋予榫卯新功能的同时，又保留其原有造型及文化属性<sup>[8]</sup>。

## 2.3 外观形式创新设计

外观形式是产品核心要素的外在表现，是产品功能的一种呈现和传达，它主要包括造型、色彩、装饰、材质及其呈现方式等因素。传统手工艺之所以面临传承的困境，其外观形式囿于传统，远远落后于现代审美是一大主因。媒介融合背景下的信息传播对象越来越低龄化，

因此，传统手工艺再设计时应该充分考虑年轻人的兴趣爱好、审美需求，运用现代设计理念及方法，从造型、结构、颜色、肌理、纹样上加以拓展设计，赋予其时代特征和审美意趣。



图1 和合心锁吊坠  
Fig.1 UNISON pendant

以浙江竹编创意工作室“竹芸工房”为例，为符合现代人的审美，吸引年轻人的关注，他们对传统竹篮造型进行了拓展设计，运用多种编织技法、扎口装配技法，制作了竹编手包（见图2），其别致造型、精美做工令人惊艳，在网络上一发布立即吸粉无数。他们随后又设计制作了花器（见图3）、纸巾盒、小果盒、收纳盒、沐浴篮等，这些工艺品美观又实用，还带有浓浓的传统风格与天然材质的温情，取得了较好的传播效果。此外，还可以利用竹编的柔软性和包裹性，与现代工业产品相结合，制作成音箱外壳、灯罩等，竹编工艺的质朴温暖调和了现代科技产品的单调冰冷，赋予其传统工艺文化气质，拉近它们与人类之间的距离。



图2 竹编手包  
Fig.2 Bamboo weaving handbag



图3 竹编花器  
Fig.3 Bamboo weaving vase

### 3 媒介融合对传统手工艺设计及传播的影响

媒介融合对于媒介形态产生了极大的影响,或改变了原有的媒介形态,或催生了新的媒介形态,而这些媒介形态的改变对于传统手工艺的传播也将产生深刻的影响,促使其从单终端、单形态、单走向转为多终端、多形态、多走向<sup>[9]</sup>。

首先,媒介融合使各种媒介充分发挥各自的专长,集中优势将信息进行全方位、立体化的传播。随着媒介融合的不断深入,各媒体通力合作,按照自媒介的传播特点,通过多种媒介逐级发布传统手工艺信息,以此满足不同受众的多元化信息诉求。

其次,媒介融合可以较为完美地实现传播范围的最大化和传播目标的精准化,从而取得最佳效果。这一点对于传统手工艺传播尤为重要。传统手工艺信息的传播,不仅仅是为了扩大市场、求发展,更重要的是传播文化,增强人们对于传统文化的民族认同感与

自豪感,同时寻找更多志愿继承此技艺的承载者。后继无人,技艺濒临失传,这是目前大多数传统手工艺面临的窘境,媒介融合新形态的传播范围是各个媒介的集合,它可以将更多受众网罗其中,不再仅限于某村、某镇或某县、某市,它可以是全国、全世界的;在这样广泛的基础上,它又能做到精确传播,针对目标受众,制作个性化、多样化的信息,这样的信息再由受众在他们的圈层、粉丝中间进行放射性转发,从而实现信息传播的最有效化。

最后,媒介融合产生了新的媒介形态,极大丰富了信息传播的方式。口语、文字一直是传统手工艺传播的主渠道,但随着互联网技术的快速发展,电脑网络以及手机等移动终端显示出了强大的力量,社交平台及各类移动APP等信息传播方式越来越受到推崇。一些文化、科技领域的专家、公众人物以及传统手工艺承载者,他们借由微博、微信公众号、朋友圈等将传统手工艺信息进行“社交化”传播,出于对其人格魅力的欣赏,其中一部分粉丝爱屋及乌,进而喜欢其传播的传统手工艺,与本就喜欢传统手工艺的粉丝合为一群,由“粉人”转为“粉物”(或者说“粉艺”),从而壮大传统手工艺爱好者群体,增大技艺传承几率。媒介融合前后传统手工艺设计及传播要素对比,见表1。

表1 媒介融合前后传统手工艺设计及传播要素对比

Tab.1 Comparison of traditional handicraft design & communication elements before and after media mergence

类别	设计要素				传播要素				
	设计内容	工艺流程	产品形态	产品功能	传播时间	传播范围	传播受众	传播内容	信息分享
媒介融合前的传统手工艺	实物、工艺	流程固定,各个环节紧密相联,缺一不可	具体可感知的实物器具	绝大多数服务于人们的物质需求	固定	传播范围具有很大的局限性	人群相对固定,基本限于当地人	器物、技术	局限性、延时性,且广泛性与精确性不可兼得
媒介融合后的传统手工艺	实物、工艺、文化、服务、传播内容	流程打散,环节与环节之间关系相对疏松,有关环节可独立进行设计创作	实物器具、服务、手艺教学课程等多形态产品	在满足生活需求的同时,更多表现为精神需求的满足	随时	全球	几乎覆盖所有人	器物、技术、文化、传承者	即时性,广泛性与精确性兼得

### 4 结语

媒介融合能够针对不同传统手工艺爱好者的需要,

为他们提供个性化服务,带去多重感官体验,为传统手工艺带来广泛而精确的传播。在迅速、快捷提供消息的同时,又可以随时与爱好者进行互动,及时得到

反馈信息,加深爱好者对传统手工艺的理解和印象,激发人们的共鸣与认同,对传统手工艺的传播与传承具有深远的意义。媒介融合下的传统手工艺的再设计,要充分了解各媒介特征及传播要求,同时还要深入分析受众人群的需求,遵循设计与需求结合、内容与形式统一的原则<sup>[10]</sup>,综合运用各个媒介,使之形成合力以发挥最大功能,推动传统手工艺的传播及传承。

#### 参考文献:

- [1] 托马斯·鲍德温. 大汇流:整合媒介、信息与传播[M]. 北京:华夏出版社,2000.  
THOMAS B. Convergence: Integrating Media, Information and Communication[M]. Beijing: Huaxia Publishing House, 2000.
- [2] 丁柏铨. 媒介融合:概念、动因及利弊[J]. 南京社会科学, 2011(11): 92—99.  
DING Bai-quan. Media Mergence: Concept, Reason, Advantages and Disadvantages[J]. Social Sciences in Nanjing, 2011(11): 92—99.
- [3] 佐藤大. 佐藤大:用设计解决问题[M]. 北京:北京时代华文书局,2016.  
NENDO. Nendo: Solve Problems with Design[M]. Beijing: Beijing Times Chinese Press, 2016.
- [4] 王亚炜. 移动互联网颠覆广告活动[J]. 新闻大学, 2013(3): 147—152.  
WANG Ya-wei. Mobile Internet Subversion Advertising[J]. Journalism Bimonthly, 2013(3): 147—152.
- 周鸿祎. 我的互联网方法论[M]. 北京:中信出版社, 2014.  
ZHOU Hong-yi. My Internet Methodology[M]. Beijing: Citic Press, 2014.
- [5] 王琥. 中国传统器具设计研究[M]. 南京:江苏美术出版社,2007.  
WANG Hu. A Study on Chinese Traditional Utensil Design[M]. Nanjing: Jiangsu Fine Art Press, 2007.
- [6] 李嵇扬,张凌浩. 苏式家具意象在当代中式灯具中的转化方式研究[J]. 包装工程, 2014 35(2): 59—63.  
LI Ji-yang, ZHANG Ling-hao. The Transition of Su-style Furniture Imagery in Contemporary Chinese Lamp Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(2): 59—63.
- [7] 陈静. 榫卯元素在现代设计领域的拓展设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(6): 138—142.  
CHEN Jing. Tenon Element in the Field of Modern Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(6): 138—142.
- [8] 李丁,肖焕禹. 媒介融合背景下体育传播模式之嬗变[J]. 上海体育学院学报, 2013, 37(5): 31—36.  
LI Ding, XIAO Huan-yu. The Evolution of Sports Communication Mode in the Background of Media Mergence[J]. Journal of Shanghai University of Sport, 2013, 37(5): 31—36.
- [9] 马寰. 新媒体技术在传统工艺展示创新设计中的应用[J]. 包装工程, 2017, 38(14): 14—18.  
MA Huan. Application of New Media Technology in Innovation Design of Traditional Technology[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(14): 14—18.